

Макарова А.О.

гр. 11 Мб Мк

Таврійський державний агротехнологічний університет

Науковий керівник – к.е.н., доцент Куліш Т.В.

**МАРКЕТИНГОВІ ПІДХОДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
ПрАТ «ЛЬВІВСЬКИЙ ЛІКЕРО-ГОРІЛЧАНІЙ ЗАВОД»
НА РИНКУ ГОРІЛЧАНИХ ВИРОБІВ**

Ринок горілчаних виробів в Україні відіграє важливу роль в економіці, бо є однією з найприбутковіших галузей. Діяльність підприємств-виробників, хоча й відбувається в умовах гострої конкуренції, є високорентабельною. Тому для досліджуваного підприємства є вкрай важливим дослідити й оцінити діяльність конкурентів, для завоювання стабільних конкурентних позицій на ринку.

Метою наукової роботи є науково-практичне обґрунтування маркетингових підходів підприємства на ринку горілчаних виробів, аналіз конкурентного стану підприємства. Об'єктом дослідження є маркетингова діяльність ПрАТ «Львівський лікero-горілчаний завод». Згідно поставленої мети визначено до рішення наступні завдання: дослідити конкурентні позиції підприємства на ринку горілки; виявити сильні сторони конкурентів, щоб покращити діяльність підприємства ПрАТ «Львівський ЛГЗ».

Досліджуване підприємство – ПрАТ «Львівський лікero – горілчаний завод» є одним з перших виробників на Україні горілкової продукції. Для оцінки конкурентної позиції ПрАТ «Львівський ЛГЗ» на ринку горілки м. Мелітополь проведено онлайн опитування населення міста. На основі проведеного дослідження, за для завоювання стабільних конкурентних позицій на ринку, підприємству можна надати такі рекомендації:

1) З причин збільшення попиту на горілку в святкові дні, підприємству пропонується зробити оригінальний дизайн пляшки.

2) Серед горілчаних виробів найбільшим попитом користується горілка, тому для підприємства буде доцільним поглиблення асортименту та збільшення обсягів виробництва саме цієї продукції.

3) Анкетування споживачів показало, що за одну покупку споживачі обирають у середньому одну пляшку. Пропонується розробити програму акційної пропозиції товарів з метою стимулювання збуту.

4) Більшість споживачів обирають продукцію за критерієм «ціна» та «смакові якості», тому слід і далі виробляти продукцію за доступною ціною, але відмінною якістю: прозорість, використання додаткових трав та смаків, чистота сировини.

Ці заходи допоможуть підприємству ПрАТ «Львівський ЛГЗ» завоювати стабільну конкурентну позицію на ринку та завоювати прихильність споживачів.

1. Бушміна Є.А. Споживач/ Є.А. Бушміна // Покупець. – 2011. – №8. – С.83. 2 .Куліш Т. В. Практичні аспекти маркетингових досліджень інноваційної діяльності підприємств / Т. В. Куліш // Електрон. текст. дані. – Київ : КНЕУ, 2015. – № 2–3. – С. 257–262. 3. Легеза Д. Г. Влияние маркетинговых факторов на конкурентоспособность предприятий Украины / Д. Г. Легеза. // Вестник Киргизского национального университета им. Ж. Баоасагина. – 2015. – №6. – С. 115–127. 4. Федорченко А.В. Ринок горілки / А.В. Федорченко. // Наукова думка, 2008. – 182 с. 5. Ярошенко І., К. Маркетингові прогнози / І.К. Ярошенко – К.: Маркетинг, 2012. – 14 с.